

**➤ Руководство  
по фирменному  
стилю  
и визуальному  
дизайну**

## ➤ Содержание

### Фирменный стиль требует фирменного дизайна

Наше руководство по фирменному стилю	3	Корпоративный дизайн
и дизайну направлено на обеспечение	4	Логотип
целостности имиджа компании. Оно позна-	6	Правила использования логотипа
комит Вас с ключевыми требованиями,	7	Цвет и контраст
выполнение которых необходимо для	8	Гарнитура
поддержания четкого	10	Бланки деловой документации
и единообразного представления о самой	12	Коммуникативный дизайн
компании и бренде «РТСофт».	13	Элементы дизайна
	14	Полиграфическое оформление
	15	Модульная сетка
	16	Формат полосы
	17	Полнополосная реклама
	18	Формат рекламных объявлений
	19	Образцы рекламных модулей
	20	Буклеты и брошюры
	22	Проспекты (листочки)
	23	Павильон торговой выставки
	24	Стиль документов
	25	Оформление CD
	26	Электронная презентация средствами Power Point
	27	Логотип ВКТ
	29	Советы и примечания

## ➤ Корпоративный дизайн

### Высокий уровень узнаваемости способствует формированию положительного имиджа

«РТСофт» имеет свой корпоративный дизайн.

Компания должна повсеместно придерживаться нижеизложенных стандартов и сохранять целостность корпоративного стиля.

Компания «РТСофт» является одним из лидеров рынка компьютерной автоматизации. Наряду с объективными успехами фирмы, которая с 1992 года интенсивно развивает основные направления своей деятельности, этому способствовало использование характерного корпоративного дизайна для представления нашей компании. Важно формировать и поддерживать легкоузнаваемый и четко идентифицируемый образ «РТСофт». Программа корпоративного стиля является универсальным средством для активного и постоянного воздействия на формирование позитивного имиджа компании среди ключевых аудиторий, где бы они не находились.

Корпоративный дизайн визуально отражает наше собственное представление о компании. Его создание не было самоцелью – разрабатывая его, мы ставили перед собой задачу добиться целостного восприятия компании как ее сотрудниками, так и партнерами и клиентами. Все сотрудники «РТСофт», а также компании, пересылающие информацию от нашего имени, обязаны придерживаться утвержденного фирменного стиля. Это относится, например, к рекламным агентствам, PR-группам и дизайн-студиям.

Наша конечная цель – добиться того, чтобы любая информация, поступающая от «РТСофт», идентифицировалась с первого взгляда. Данное руководство демонстрирует элементы, используемые для достижения поставленной цели, и показывает, как их следует применять. Надеемся, что это поможет вам в вашей работе.

Как бы не парадоксально это звучало, но только изменение постоянно. Все мы, наше деловое окружение и весь мировой рынок находятся в постоянном развитии. Сегодня мы адаптируемся к новым тенденциям в дизайне быстрее, чем когда-либо ранее. Поэтому фирменный

стиль компании «РТСофт» не является статичным, наоборот, так же как и наше самосознание, он движется вперед, обеспечивая гибкость реакции на окружающие изменения.

Руководство по фирменному стилю и визуальному дизайну модифицировалось с учетом этого важного фактора, чтобы оптимально отражать постоянно обновляющуюся структуру нашей компании. Однако, хотя многие правила дизайна не являются жесткими и предоставляют достаточную гибкость, их следует четко соблюдать для поддержания целостного имиджа компании. Поэтому, если вы чувствуете необходимость отступления от них, согласуйте ваши предложения в отделе маркетинга и рекламы (e-mail: [pr@rtsoft.ru](mailto:pr@rtsoft.ru), тел.: (095) 742-68-28) о целесообразности такого решения.

Каждое деловое письмо, рекламное объявление или буклет должны быть безукоризненными по форме. Необходимо придерживаться единообразия в оформлении информационных материалов, распространяемых как внутри компании, так и вне ее. Это не самоцель, а форма выражения нашего представления о себе – и мы хотим, чтобы нас воспринимали именно так, а не иначе.

## > Логотип

### Торговая марка/название бренда поддерживают имидж компании

Логотип – это символ нашей компании, выражающий то, какими мы себя видим и какими нас должны видеть другие.

Целое – это нечто большее, чем сумма частей. Корпоративный дизайн формируется из отдельных элементов (логотипа, шрифта, цвета, расположения элементов дизайна: текста/изображения/логотипа и пр.). Только когда все элементы выстроены должным образом, они гармонично объединяются в единое целое.

Соблюдение точных размеров в миллиметрах не всегда является решающим фактором. Важна объективность общей оценки создаваемого впечатления. Дает ли данный дизайн ощущение гармонии? Отражает ли он фирменный стиль компании «РТСофт»? Можно ли по нему сразу узнать бренд «РТСофт»?

Логотип «РТСофт» является торговым знаком. Его основными элементами являются стилизованная надпись «RTSoft» и символическое изображение глаза, как образа интеллекта, способности человека познавать и менять окружающий мир.

Использование логотипа четко регламентировано. Его пропорции зафиксированы и не могут произвольно меняться. Чтобы гарантировать твердое соблюдение указанных параметров, логотип предоставляется в электронной форме. Допускается использование нескольких вариантов логотипа, например, для разного цветового фона или различных методов отображения (для вывода на дисплей, распечатки на принтере и др.). Размеры логотипа зависят от его ширины: обычно она составляет 55 мм. На титульных

страницах или в случаях, когда он является основным элементом дизайна, логотип может быть увеличен. Если размер полосы существенно отличается от стандарта А4 (210 x 297 мм), величина логотипа может быть изменена.

Обычно наш логотип помещается в нижнем правом углу, за исключением отдельных случаев оформления бланков деловой документации. Особая позиция допустима, когда логотип является основным элементом дизайна (титульный лист, фирменная плашка с названием и т. п.).

## ➤ Логотип

### Построение

Компания «RTSoft» специализируется в области разработки решений и поставки базового оборудования и программного обеспечения для систем управления реального времени промышленного, оборонного и телекоммуникационного назначения. Логотип призван подчеркнуть рыночную значимость компании, ее связь с передовыми разработками и новыми технологиями в данной области, он обеспечивает высокий уровень узнаваемости и престиж фирмы.

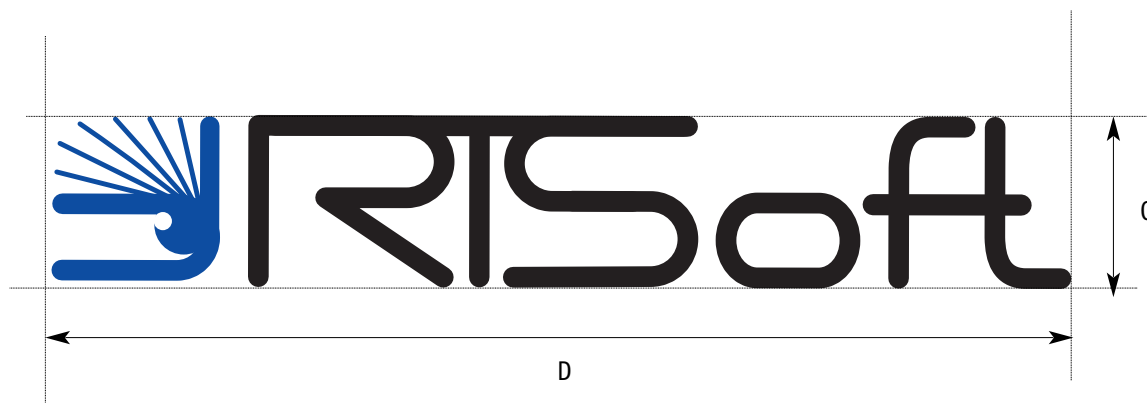
Логотип содержит название компании, выполненное с использованием специально разработанного латинского дизайнерского шрифта, а также текст на русском языке, в лаконичной форме обозначающий сферу деятельности компании.

Слева от надписи RTSoft располагается зарегистрированный фирменный знак в форме стилизованного глаза с расходящимися из одной точки лучами-ресницами, символизирующими информационные технологии, высокую степень системной интеграции, устремленность в будущее, открытость новым решениям и контактам.

Геометрия линий в начертании фирменного знака соответствует шрифтовому начертанию надписи RTSoft, что обеспечивает общее стилистическое единство композиции. В логотипе использованы черный и синий цвета.

A – высота логотипа  
B – ширина логотипа  
 $B = 4,4 A$

C – высота знака  
D – ширина знака  
 $D = 6 C$



## ➤ Правила использования логотипа

### Подходящий вариант логотипа зависит от метода печати и цвета фона

Логотип обычно ставится  
справа внизу полосы.

Всегда оставляйте свободное место вокруг  
логотипа: расстояние между логотипом и  
другими элементами дизайна должно быть не  
меньше высоты товарного знака «RTSoft».

Всегда используйте полную версию логотипа и следите за тем, чтобы фирменный знак и надпись, раскрывающая отраслевую принадлежность компании, были четко видны. Если элементы логотипа получаются слишком мелкими и плохо различимы, не печатайте логотип такого размера. Вместо этого используйте только слово RTSoft в том формате, в котором оно помещено в логотипе (с сохранением типа шрифта и стиля).

На странице формата А4 (210 x 297 мм)  
размер логотипа составляет 55 мм в  
ширину.



➤ Никогда не изменяйте пропорции (соотношение высоты и/или ширины) или угол наклона элементов логотипа. Всегда строго соблюдайте его утвержденные пропорции.

➤ Никогда не меняйте дизайн логотипа. Другими словами, не смещайте элементы относительно друг друга. Изменять размер логотипа можно только при условии строгого соблюдения всех пропорций.

➤ Нельзя также изменять расположение логотипа на макете, кроме исключительных случаев, – например, когда имеющееся в вашем распоряжении пространство не позволяет разместить логотип в правом нижнем углу. В редких случаях (требующих специального согласования) логотип может быть разделен на фирменный знак и расшифровку отраслевой принадлежности компании (например, чтобы использовать их как часть дизайна в рекламе товара или при оформлении павильона торговой выставки).

➤ Для использования на белом или светлом фоне: цветная распечатка на настольном принтере, печать с высоким разрешением и компьютерный графический дизайн.



➤ Для использования на черном или темном фоне: цветная распечатка на настольном принтере, печать с высоким разрешением и компьютерный графический дизайн.



➤ Для использования на белом или светлом фоне: только черно-белая распечатка на настольном принтере и печать с высоким разрешением.



## ➤ Цвет и контраст

### Наши фирменные цвета: синий и красный

Цвет воспринимается субъективно.

В различных условиях цвет может производить неодинаковый эффект в разное время (смешение цветов путем их сложения на мониторе компьютера, замещение цветов при цветной печати и пр.). Окружающие условия также существенно влияют на восприятие цвета. Следовательно, всегда надо выполнять цветокоррекцию оригинал-макета в соответствии с утвержденными пантонами.

Полагайтесь на свое зрительное восприятие больше, чем на цифровые параметры. Фирменный цвет компании «РТСофт» – синий. Этот доминирующий цвет всегда присутствует на логотипе и делает его узнаваемым.

Допустимы следующие параметры цвета:

- При изготовлении цветоделенных печатных форм для полноцветной печати (СМΥК): C=100, M=80, Y=0, K=0;
- Pantone 286C;
- Экранный макет (RGB): R=44, G=46, B=130;
- Шестнадцатеричный цветовой код (цвета HTML): Синий 2C2E82.

Причины для отклонения от этих параметров: качество бумаги, возрастание градации полутонового изображения, калибровка монитора и прочее. Проверьте результат, прежде чем утвердить макет для печати, и сравните цвета с утвержденными пантонами. Важно соблюдать правильность цветопередачи при печати.

Бланки деловой документации или надписи обычно печатаются только синим и черным шрифтом на белом фоне.

Цветовой контраст – это один из основополагающих параметров. Цвет работает более эффективно, когда он контрастирует с другим цветом.

Например, красный цвет хорошо контрастирует с синим. Красный как бы посылает зрителю следующие положительные подсознательные сигналы:

- Актуальность и динамичность;
- Дружественность;
- Гармония и теплота;
- Сила и новизна.

Одним словом, он вызывает ассоциации с «прогрессивной движущей силой». Мы сознательно используем эти особенности восприятия, комбинируя фирменный синий цвет с красным, символизирующим открытость, энергию и коммуникативность. Наиболее явно это прослеживается в решении основной цветовой гаммы.

Для красного цвета допустимы следующие параметры:

- При изготовлении цветоделенных печатных форм для полноцветной печати (СМΥК): C=0, M=92, Y=65, K=0;
- Pantone Red 032C;
- Экранный макет (RGB): R=201, G=46, B=59;
- Шестнадцатеричный цветовой код (цвета HTML): C92E3B.

## ➤ Гарнитура

### Для текстовых блоков используется шрифт **Officina Sans**

#### Фирменный шрифт

Мы используем Officina Sans для текстовых блоков рекламных материалов. Для бланков деловой документации и большинства внутренних материалов мы применяем шрифты

Arial, Times New Roman или Officina Sans.

Обычно Officina Sans используется

с гарнитурой Regular,

9 кегль, с выключкой по ширине столбца.

Чтобы выделить слова в тексте, используется

особый тип шрифта (жирный и/или курсив).

Officina Sans был выбран в качестве фирменного шрифта для текстовых блоков рекламных материалов компании «РТСофт», так как он достаточно четок и хорошо сочетается с элегантным корпоративным дизайном «РТСофт». В дополнение надо отметить, что Officina Sans является одним из наиболее различимых на экране шрифтов, он также легко и точно распечатывается практически всеми типами настольных принтеров.

Шрифт Officina Sans был создан в 1990 году Эриком Спикерманом и используется полиграфическими предприятиями по лицензии, предоставляемой корпорацией International Typeface Corporation ITC, со штаб-квартирой в Нью-Йорке.

Шрифт Officina Sans вызывает субъективное ощущение четкости и уверенности. Он ассоциируется с надежностью, а это качество импонирует деловому окружению «РТСофт». Обладая высокой информативностью, этот шрифт отлично подходит для профессиональной полиграфии. Набранные им тексты хороши как в эстетическом отношении, так и с точки зрения удобочитаемости. Этот стильный и изящный шрифт отлично смотрится в заголовках. Такие детали, как большая высота строчных букв без выносных элементов и засечек, делают Officina Sans легко читаемым даже при малом размере точек и/или слабом разрешении.

#### Некоторые основные правила

**Чтобы выделить в тексте отдельное слово или фразу, необходимо использовать только жирное начертание (Officina Sans Bold).** Применение подчеркивания или выделение жирным курсивом должно быть сведено к минимуму. Жирный шрифт (Officina Sans Bold) используется только для введений (первый параграф текста), заголовков или уточнений (например, номеров страниц).

Основной текстовый блок обычно выровнен по ширине столбца, между параграфами допустим пропуск в одну строку (дополнительные замечания на эту тему приведены на стр. 14 «Полиграфическое оформление»).



Шрифт Officina Sans предназначен для профессиональной полиграфии маркетинговых материалов, а также может использоваться во внешней деловой корреспонденции и внутреннем документообороте фирмы.

➤ OfficinaSansC

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ

абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя

OfficinaSansC bold

**АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ**

**абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя**

OfficinaSansC bold italik

***АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ***

***абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя***

OfficinaSansC italik

*АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ*

*абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя*

OfficinaSans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

OfficinaSans bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

OfficinaSans bold italik

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

OfficinaSans italik

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

## ➤ Бланки деловой документации

### Каждое письмо является нашей визитной карточкой

Бланки деловой документации компании «РТСофт» были успешно проверены на практике.

Дизайн шапки фирменных бланков может использоваться для оформления других стандартных информационных документов, например, приглашений, отчетов и пр. Каждое письмо, посредством которого мы общаемся с нашими деловыми партнерами, общественностью или собственными сотрудниками, является визитной карточкой фирмы. Такой подход к оформлению каждого своего документа характерен для «РТСофт». Необходимо всегда придерживаться четкого и единообразного дизайна документации. Текст документа всегда выравнивается по ширине столбца.

На конвертах обычно указывается адрес для переписки и название сайта компании. Данная информация располагается в левом верхнем углу конверта, под логотипом.

На фирменных бланках компании «РТСофт» данные располагаются в левом верхнем углу, столбиком, под логотипом (см. пример на стр. 10). Допускается использование цветного логотипа (сине-черного) и черно-белого. Фирменный бланк должен иметь поля не менее: 20 мм – левое; 10 мм – правое; 20 мм – верхнее; 20 мм – нижнее. Бланки документов следует изготавливать на белой бумаге или бумаге светлых тонов.

Визитные карточки сотрудников могут печататься как в два цвета (с использованием сине-черного логотипа), так и в один (с использованием одноцветного логотипа).

Дизайн папки основан на использовании основного мотива логотипа, доминирующий цвет – синий.

**RTSoft**  
СРЕДСТВА И СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ

Закрытое акционерное общество «РТСофт»  
Никитинская ул., д. 3, Москва, 105037  
тел.: (095) 742-68-28, 967-15-05, факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtsoft@rtsoft.ru http://www.rtsoft.ru  
адрес для переписки: 105077, Москва, а/я 158  
ОКПО 11705778, ОГРН 1025003918862,  
ИНН/КПП 5031003890/503101001

\_\_\_\_\_ дата \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ рег. номер \_\_\_\_\_  
На № \_\_\_\_\_ документа \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ дата \_\_\_\_\_

**RTSoft**  
СРЕДСТВА И СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ

**Иванов  
Иван Иванович**  
директор по развитию  
регионального бизнеса  
кандидат наук

3АО «РТСофт»  
Россия, 105037, Москва  
ул. Никитинская, д.3  
тел.: (095) 742-68-28  
(095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtsoft@rtsoft.ru  
http://www.rtsoft.ru

**RTSoft**  
СРЕДСТВА И СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ

**Иванов  
Иван Иванович**  
директор по развитию  
регионального бизнеса  
кандидат наук

3АО «РТСофт»  
Россия, 105037, Москва  
ул. Никитинская, д.3  
тел.: (095) 742-68-28  
(095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtsoft@rtsoft.ru  
http://www.rtsoft.ru

ЗАО «RTSoft»  
Москва, ул. Милитариная, д. 3  
тел.: (095) 742-68-29  
(095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtsoft@rtsoft.ru  
<http://www.rtsoft.ru/>

адрес для переписки:  
105077, Москва, а/я 158

«Дон-RTSoft»  
г. Новочеркасск  
тел.: (863 52) 674-11  
факс: (863 52) 679-51  
e-mail: rtsoft@rtsoft-novoch.ru

«Урал-RTSoft»  
г. Екатеринбург  
тел.: (343) 375-94-32  
факс: (343) 374-73-16  
e-mail: rtsoft@rtsoft-ural.ru

«Уфа-RTSoft»  
г. Уфа  
тел.: (3472) 64-22-28  
факс: (3472) 64-23-01  
e-mail: rtsoft@ufanet.ru

"Байкал-RTSoft"  
г. Иркутск  
тел./факс: (3952) 25-89-10  
e-mail: baikal@rtsoft-irk.ru

 RTSoft  
СРЕДСТВА И СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ

 RTSoft  
СРЕДСТВА И СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ

105077, Москва, а/я 158  
<http://www.rtsoft.ru>

## ➤ Коммуникативный дизайн

### Варианты, позволяющие добиться стабильного результата

Логотип и документация компании «РТСофт» отображают нашу индивидуальную концепцию дизайна. При этом учитываются все принципиальные требования фирменного стиля.

Корпоративный дизайн, каким он проявляется в бланках деловой документации или надписях, должен широко распространяться и активно продвигаться на рынок, оставаясь при этом неизменным. Однако на практике в рекламе иногда допускаются некоторые отклонения от стандарта.

У нас есть три основных правила коммуникативного дизайна:

- Поиск компромисса между современными тенденциями в дизайне и мнением целевой группы.
- Отличие от конкурентов, подчеркивающее наше особое положение на рынке.
- Распространение информации, касающейся обновления структуры нашей компании.

Наряду с соблюдением основных принципов оформления корреспонденции, остающихся неизменными, наш новый коммуникативный дизайн отражает деятельность компании, особенно в области:

- Рекламы;
- Связей с общественностью (PR);
- Прямого маркетинга;
- Торгово-промышленных ярмарок и выставок;
- Электронных средств массовой информации.

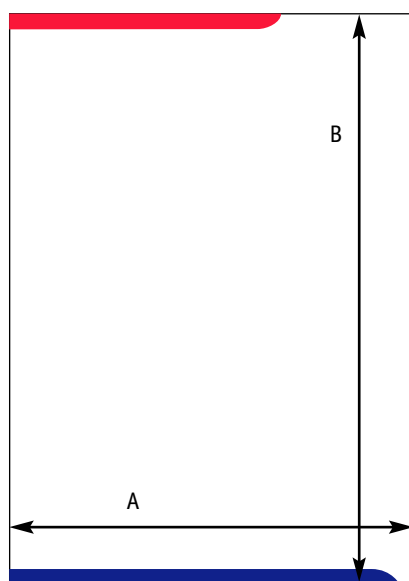
Рекламные материалы разрабатываются на основе нашего корпоративного дизайна.

## ➤ Элементы дизайна

### Цветные полосы, фон и другие детали помогают удержать интерес аудитории

Особый коммуникативный стиль складывается из сочетания отдельных элементов дизайна. Однако для выделения компании среди множества конкурентов часто бывает недостаточно традиционного построения имиджа, текста и логотипа.

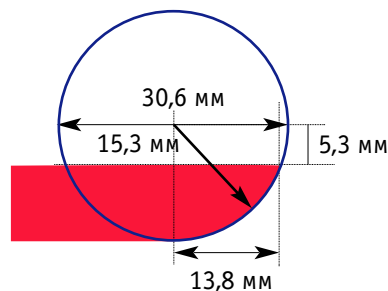
Постоянно используемые запоминающиеся элементы дизайна подчеркивают индивидуальность компании. Вместе взятые, эти детали обеспечивают достаточно высокий уровень узнаваемости.



Синяя полоса по нижнему краю каждого рекламного объявления или каждой полосы буклета и красная по верхнему краю являются довольно эффективными символами. Край синей полосы резко закругляется вниз, к углу страницы; красной – вверх. Синяя полоса служит для нумерации страниц, одновременно с этим она может служить для указания названия рекламного материала (см. ниже). При формате А4 (210 x 297 мм) номер страницы ставится на расстоянии 30 мм от края полосы.

На правой полосе длина линий = 195 мм (синяя) и 145 мм (красная); на левом развороте длина полос = 210 мм при базовом формате страницы А4 .

Размеры синей полосы: высота - 10 мм, длина - 195 мм. В зависимости от формата полосы или рекламного объявления, данные размеры могут быть пропорционально увеличены или уменьшены. Красная полоса имеет ту же высоту, что и синяя, но меньшую длину: 145 мм.



Размеры синей и красной полос вычисляются по формулам:

длина синей полосы =  $(195:210) \times A$   
высота синей полосы =  $(10:297) \times B$   
длина красной полосы =  $(145:210) \times A$   
высота красной полосы =  $(10:297) \times B$ ,  
где А – ширина печатной полосы,  
а В – высота печатной полосы.

Контрасты привлекают внимание читателя, а симметричные элементы дизайна, наоборот, производят успокаивающий эффект. Синяя полоса уравнивается аналогичным цветным элементом сверху

страницы: либо иллюстрацией, либо красной полосой. Если используются иллюстрации, то их размер может быть различным, главное, чтобы они притягивали к себе внимание.

Важным элементом дизайна является стилизованная стрелка, или «флажок».



Этим значком помечаются сведения о нашей продукции и предоставляемых услугах, а также выделяются участки текста или отдельные параграфы. Мы используем его перед каждым заголовком и перед вводными параграфами. Такие значки могут применяться вместо буллитов в некоторых документах. Однако этот значок не используется в таблицах, для нумерации страниц и в других подобных случаях.

Высота «флажка» равна высоте заглавной буквы. При использовании мелкого шрифта значок «флажок» уменьшается до соответствующих размеров. В других случаях его размеры должны быть адаптированы к высоте строчных букв без выносных элементов. Этот значок всегда бывает только синего цвета. Если текстовый блок печатается вывороткой в черно-белом варианте, то цвет «флажка» всегда белый (за исключением особых случаев).

При создании иллюстраций (например, в печатной рекламе, на web-сайте и т. д.) мы показываем продукт в полноцветной гамме.

## ➤ Полиграфическое оформление

### Шрифт, текстовый блок и колонки текста должны визуально составлять единое целое

Полиграфическое оформление – это не просто набор гарнитур. В рамках корпоративного дизайна оформление печатного материала осуществляется по собственным утвержденным правилам. Полиграфист и/или графический дизайнер имеют полную свободу для творчества при условии соблюдения основных принципов.

Полиграфическое оформление складывается из совокупности гарнитуры, базовых размеров шрифта, величины межстрочного интервала, типа выравнивания, ширины, высоты и расположения столбцов.

Полиграфическое оформление требует профессионального подхода. Его гармония и привлекательность часто имеет большее значение для формирования имиджа компании, чем уникальные элементы дизайна. Для создания единого стиля полиграфического оформления необходимо соблюдать определенные правила. Для маркетинговых материалов «РТСофт» они заключаются в следующем.

Для текстовых документов используется шрифт *Officina Sans*. Жирный шрифт применяется для заголовков и подзаголовков, а также для вводных параграфов. Все элементы текста, которые надо выделить, набираются шрифтом **Officina Sans Bold (жирный)**. Использование подчеркиваний и выделений жирным курсивом в тексте должно быть сведено к минимуму.

Базовые размеры:

- Основной текстовый блок выполняется кеглем 9 pt с межстрочным интервалом 12 pt (или кеглем 8 pt с межстрочным интервалом 21 pt в крайнем левом столбце);
- Размер заголовка – 14 pt;
- Размер подзаголовка – 11 pt.

Эти значения могут меняться. В общем случае шрифт *Officina Sans* 9 pt хорошо различим благодаря большому значению высоты строчных букв без выносных элементов (высота строчных букв по отношению к общей высоте символа, включая верхние и нижние выносные элементы) и вводным отступам.

Текст выровнен по ширине колонки. Значки «флажок» размещаются слева от текста.

Ширина столбцов зависит от модульной сетки:

- Для обычного текста – 55 мм;
- Расстояние между столбцами – 6 мм;
- Отступ для значков «флажок» составляет 3 мм.

При очень узком формате страницы основной текст может располагаться в один столбик.

В общем случае расстояние между параграфами текста составляет одну строку. Новые параграфы иногда помечаются значками «флажок».

## ➤ Модульная сетка

### Для формирования имиджа компании важна каждая страница

Модульная сетка печатной полосы остается простой. Формат соответствует стандарту A4 (210 x 297 мм).

Шаблоны со всеми деталями межстрочных интервалов и отступов от краев включены для справки в информацию на CD-ROM, поставляемый с этим руководством. В общем случае, однако, необходимо учитывать следующее:

Для всех документов в формате PDF, таких как буклеты и проспекты, устанавливается формат полосы A4 (210 x 297 мм). Это стандартный формат печатных материалов «РТСофт». К документам в формате PDF применяется опция «Fit to Page» (вписать в страницу), которая адаптирует размеры документа к размерам бумаги.

Имиджевые буклеты и рекламные объявления могут иметь любой формат. Если этот формат точно не указан, исходите из общего впечатления, которое должен производить ваш дизайн на целевую аудиторию. Определяющим фактором привлекательности корпоративной презентации или другого маркетингового материала является отнюдь не соблюдение точных отступов и размеров. При разработке имиджевого дизайна вы должны опираться прежде всего на собственное визуальное восприятие.

## ➤ Формат полосы

### Конфигурация дизайна, которую мы используем

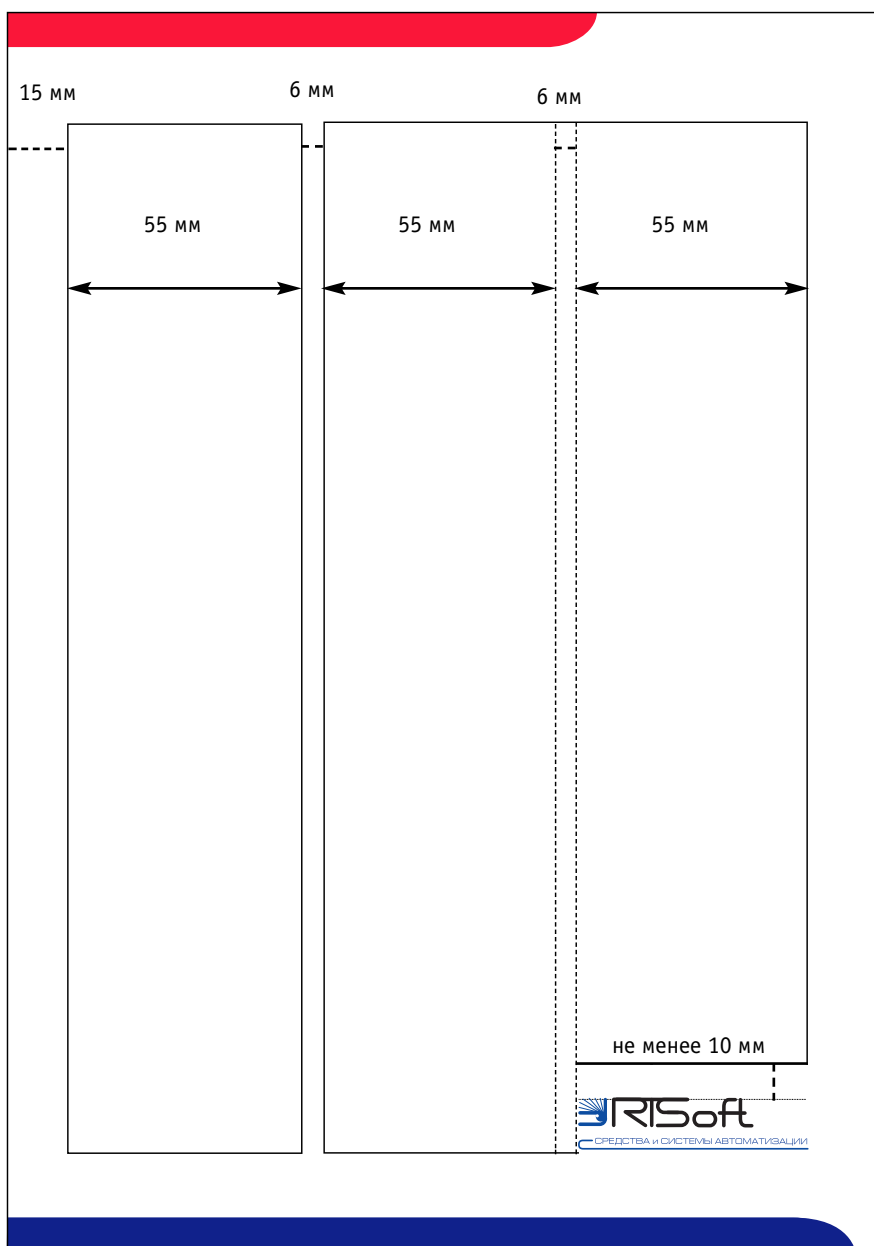
Чтобы все виды печатных материалов можно было легко использовать, буклеты, проспекты, письма, упаковочные материалы и другая печатная продукция разрабатывается в соответствии со стандартом А4 (210 x 297 мм). Большинство стран применяют этот стандарт. При распечатке электронных файлов в формате PDF не возникает вопроса, под какой формат страницы они созданы, так как во время печати можно установить опцию «Fit to Page» (вписать в страницу).

При работе над исходящей документацией сотрудники «РТСофт» должны выяснить формат исходного материала, так как может потребоваться корректировка макета, чтобы его можно было безошибочно распечатать в требуемом формате.

Все вопросы относительно этого раздела следует адресовать в отдел маркетинга и рекламы нашей компании.

Документы могут разрабатываться с использованием различных стилей макета, поэтому стандартная модульная сетка

страницы, представленная здесь, соответствует утвержденному шаблону компании «РТСофт» для технических буклетов, проспектов и других рекламных материалов.





## ➤ Полнополосная реклама

### Где бы не размещались наши материалы, в них использован единый формат

Полная полоса является наиболее популярным вариантом рекламного объявления. Однако при размещении в средствах массовой информации (например, в периодических изданиях, журналах и газетах) часто бывает необходимо разработать макет в другом формате, в соответствии с конкретными требованиями издателя.

Оригинал-макет для рекламы «РТСофт» всегда разрабатывается как правая (нечетная) страница. Учитывайте это при изготовлении дизайна.

#### **Имиджевая реклама**

В такой рекламе мы обычно придерживаемся полнополосного формата. Размер изображения может меняться, но текст основной части материала, как правило, не должен накладываться на изображение.

#### **Продуктовая реклама**

Здесь мы можем рекламировать как отдельный продукт, так и модельный ряд или серию продуктов. Основной рекламируемый продукт располагается с левой стороны. Основной текстовый блок должен располагаться справа.

В дополнение, в макет можно включить небольшие фотографии продукта.

#### **Комбинированная имиджевая/продуктовая реклама**

Популярная тенденция заключается в рекламе продукта с использованием имиджевой визуальной информации (как правило, привлекательного изображения), чтобы привлечь больше внимания со стороны целевой аудитории. Для достижения наилучшего результата профессиональные дизайнеры должны уделять особое внимание тому, как цвет и изображение (например, фотография продукта и остальной визуальный ряд) взаимодействуют между собой и как рекламный материал работает в целом.

## ➤ Формат рекламных объявлений

### Формат и размеры – это не совсем одно и то же

Во многих случаях полнополосная реклама слишком дорога. Нередко можно использовать меньшую рекламную площадь, но с более частыми публикациями.

В продуктовой рекламе допускаются следующие варианты формата:

- 1/2 полосы по горизонтали;
- 1/2 полосы по вертикали.

Рекламные модули не должны занимать меньше, чем 1/2 полосы по горизонтали или вертикали (см. пример на стр. 19).

До определенной степени элементы дизайна могут отличаться от тех, что приведены на иллюстрациях на стр. 19, в зависимости от пропорций и размера объявления.

Основным необходимым условием является то, что общее впечатление всегда должно отражать корпоративный дизайн «РТСофт».

## ➤ Образцы рекламных модулей

### Варианты формата

Рекламные объявления могут разрабатываться в следующих форматах: полнополосная; 1/2 полосы по горизонтали и 1/2 полосы по вертикали.

Логотипы бизнес-блоков, например, логотип «Встраиваемые компьютерные технологии», располагаются справа вверху рекламного макета, в то время как логотип компании «РТСофт» располагается справа внизу рекламного модуля.

Расстояние, отделяющее логотип от текстового блока, графических изображений, фотографий и других информационно-художественных элементов дизайна, должно составлять не менее 10 мм.

**➤ Образцы рекламы**

**Варианты формата**

Комбинированная индизекава / продуктова реклама: Популярная тенденция заключается в рекламе продукта с использованием индизекава визуальной информации (как правило, привлекательного изображения), чтобы привлечь больше внимания со стороны целевой аудитории. В рекламе этого типа наиболее предпочтительный подход заключается в изображении продукта в синем цвете или в полноцветной гамме на красном фоне. Однако при всей своей внешней эффективности это решение не всегда приводит к нужным результатам. Следовательно, для достижения наилучшего результата профессиональные дизайнеры должны уделять особое внимание тону, как цвет и изображение (например, фотографии продукта и



Комбинированная индизекава / продуктова реклама: Популярная тенденция заключается в рекламе продукта с использованием индизекава визуальной информации (как правило, привлекательного изображения), чтобы привлечь больше внимания со стороны целевой аудитории. В рекламе этого типа наиболее предпочтительный подход заключается в изображении продукта в синем цвете или в полноцветной гамме на красном фоне. Однако при всей своей внешней эффективности это решение не всегда приводит к нужным результатам. Следовательно, для достижения наилучшего результата профессиональные дизайнеры должны уделять особое внимание тону, как цвет и изображение (например, фотографии продукта и

**RTSoft**  
СРЕДСТВА ИСПОЛНЕНИЯ АВТОМАТИЗАЦИИ  
ЗАО «РТСофт»  
Россия, 105037, Москва ул. Никитинская, д.3  
тел.: (095) 742-68-28, (095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtssoft@rtssoft.ru http://www.rtssoft.ru

**➤ Образцы рекламы**

**Варианты формата**

Комбинированная индизекава / продуктова реклама: Популярная тенденция заключается в рекламе продукта с использованием индизекава визуальной информации (как правило, привлекательного изображения), чтобы привлечь больше внимания со стороны целевой аудитории. В рекламе этого типа наиболее предпочтительный подход заключается в изображении продукта в синем цвете или в полноцветной гамме на красном фоне. Однако при всей своей внешней эффективности это решение не всегда приводит к нужным результатам. Следовательно, для достижения наилучшего результата профессиональные дизайнеры должны уделять особое внимание тону, как цвет и изображение (например, фотографии продукта и



Комбинированная индизекава / продуктова реклама: Популярная тенденция заключается в рекламе продукта с использованием индизекава визуальной информации (как правило, привлекательного изображения), чтобы привлечь больше внимания со стороны целевой аудитории. В рекламе этого типа наиболее предпочтительный подход заключается в изображении продукта в синем цвете или в полноцветной гамме на красном фоне. Однако при всей своей внешней эффективности это решение не всегда приводит к нужным результатам. Следовательно, для достижения наилучшего результата профессиональные дизайнеры должны уделять особое внимание тону, как цвет и изображение (например, фотографии продукта и

**RTSoft**  
СРЕДСТВА ИСПОЛНЕНИЯ АВТОМАТИЗАЦИИ  
ЗАО «РТСофт»  
Россия, 105037, Москва ул. Никитинская, д.3  
тел.: (095) 742-68-28, (095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtssoft@rtssoft.ru http://www.rtssoft.ru

**➤ Образцы рекламы**

**Варианты формата**

**ВСТРАИВАЕМЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**



Комбинированная индизекава / продуктова реклама: Популярная тенденция заключается в рекламе продукта с использованием индизекава визуальной информации (как правило, привлекательного изображения), чтобы привлечь больше внимания со стороны целевой аудитории. В рекламе этого типа наиболее предпочтительный подход заключается в изображении продукта в синем цвете или в полноцветной гамме на красном фоне. Однако при всей своей внешней эффективности это решение не всегда приводит к нужным результатам. Следовательно, для достижения наилучшего результата профессиональные дизайнеры должны уделять особое внимание тону, как цвет и изображение (например, фотографии продукта и

**RTSoft**  
СРЕДСТВА ИСПОЛНЕНИЯ АВТОМАТИЗАЦИИ  
ЗАО «РТСофт»  
Россия, 105037, Москва ул. Никитинская, д.3  
тел.: (095) 742-68-28, (095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: rtssoft@rtssoft.ru http://www.rtssoft.ru

## ➤ Буклеты и брошюры

### Рекламно-информационные материалы как лицо компании

Рекламные материалы, выпускаемые компанией «РТСофт», подчиняются общим принципам дизайна и верстки и относятся к

четырем основным типам:

- профайл;
- имиджевая брошюра;
- ассортиментный каталог;
- буклет с продуктовой рекламой.

**Профайл компании** – это носитель корпоративного имиджа. Заказчики, поставщики, представители прессы и потенциальные партнеры могут ознакомиться с профайлом, чтобы получить представление о нашей компании, ее продукции и услугах.

**Имиджевая брошюра**, представляющая в сжатой форме весь диапазон деятельности компании, отображает ее связь с передовыми технологиями, знакомит клиентов и партнеров с основными направлениями работы и деловой стратегией.

**Ассортиментные каталоги** дают представление о нашей продукции, наших технологических концепциях и системах. Они предназначены для целевой аудитории в тех секторах рынка, которые выгодны компании, и при этом сами могут быть заинтересованы в ее продукции.

**Буклеты с продуктовой рекламой** непосредственно продвигают на рынок наши изделия и услуги. Они используются как мера маркетинговой поддержки и предназначены для уже имеющих и потенциальных клиентов, а также для прессы.

Помимо вышеперечисленного, мы выпускаем проспекты, содержащие информацию о продуктовых сериях, технических характеристиках и услугах.

Элементы дизайна обложки:

- красная полоса вверху слева;
- синяя полоса внизу слева;
- название брошюры;
- фотографии или графические изображения, отображающие тематику издания;
- логотип компании внизу справа.

## Название брошюры



Благодаря имиджевым, ассортиментным и продуктовым буклетам «РТСофт», наша целевая аудитория может получить подробное представление обо всех областях деятельности компании. Вся информация, насколько это возможно, подается в легком для чтения виде.

Где бы мы не представляли нашу компанию, нашу продукцию и наши услуги, мы выбираем тот подход, который позволяет наиболее полно осветить нашу деятельность.

Таким образом, корпоративный имидж компании «РТСофт» на мировом рынке в значительной степени опирается на широкий спектр имиджевой, продуктовой и ассортиментной информации. Дизайн рекламных буклетов строится на следующих принципах.

Каждая страница должна содержать изображения, демонстрирующие продукцию или услуги (например, детали изделия,

результаты исследований, возможности применения, аксессуары, графики и пр.). Важные текстовые блоки или их фрагменты, а также таблицы выделяются с помощью фона. Фон, по возможности, должен использоваться умеренно. Текст располагается в три колонки.

Элементы дизайна разворота:

- красная полоса сверху слева;
- синяя полоса внизу слева (содержит номер полосы);
- фотографии или графические изображения, отображающие тематику издания.

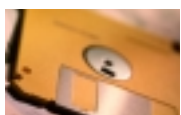
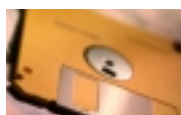
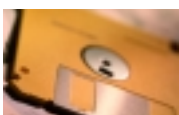
## Цвет и контраст

### Наши фирменные цвета.

собой коммуникативный стиль складывается из сочетания отдельных

Синяя полоса по нижнему краю каждого рекламного объявления или

дизайна, наоборот, производит успокаивающий эффект. Синяя полоса



элементов дизайна. Однако для выделения компании среди множества конкурентов часто бывает недостаточно традиционного построения имиджа, текста и логотипа.

Постоянно используемые запоминающиеся элементы дизайна подчеркивают индивидуальность компании. Вместе взятые, эти детали обеспечивают достаточно высокий уровень узнаваемости.

каждой полосы буклета и красная по верхнему краю являются довольно эффективными символами. Край синей полосы резко закругляется вниз, к углу страницы; красной – вверх. Синяя полоса служит для нумерации страниц, одновременно с этим она может служить для указания названия рекламного материала (см. ниже). При формате А4 (210 x 297 мм) номер страницы ставится на расстоянии 30 мм от края полосы.

На правой полосе длина линий = 195 мм (синяя) и 145 мм (красная); на левом развороте длина полос = 210 мм при базовом формате страницы А4. Размеры синей полосы: высота - 10 мм, длина - 195 мм. В зависимости от формата полосы или рекламного объявления, данные размеры могут быть пропорционально увеличены или уменьшены. Красная полоса имеет ту же высоту, что и синяя, но меньшую длину: 145 мм.

Размеры синей и красной полос вычисляются по формулам:  
 высота синей полосы =  $(195:210) \times A$   
 высота синей полосы =  $(10:297) \times B$   
 длина красной полосы =  $(145:210) \times A$   
 высота синей полосы =  $(10:297) \times B$ ,  
 где А – ширина печатной полосы,  
 а В – высота печатной полосы.  
 Контрасты привлекают внимание читателя, а симметричные элементы

уравновешиваются аналогичным цветным элементом сверху страницы: либо иллюстрацией, либо красной полосой. Если используются иллюстрации, то их размер может быть различным, главное, чтобы они привлекали к себе внимание.

Важным элементом дизайна является стилизованная стрелка, или «флажок». Этот значок помечаются сведения о нашей продукции и предоставляемых услугах, а также выделяются участки текста или отдельные параграфы. Мы используем его перед каждым заголовком и перед вводными параграфами. Такие значки могут применяться вместо буллитов в некоторых документах. Однако этот значок не используется в таблицах, для нумерации страниц и в других подобных случаях.

Высота «флажка» равна высоте заглавной буквы. При использовании мелкого шрифта значок «флажок» уменьшается до соответствующих размеров. В других случаях его размеры должны быть адаптированы к высоте строчных букв без выносных элементов. Этот значок всегда бывает только синего цвета. Если текстовый блок печатается выворотной в черном варианте, то цвет «флажка» всегда белый (за исключением особых случаев).

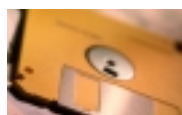
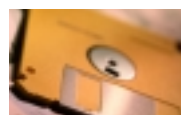
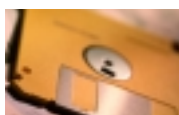
## Цвет и контраст

### Наши фирменные цвета.

собой коммуникативный стиль складывается из сочетания отдельных

Синяя полоса по нижнему краю каждого рекламного объявления или

дизайна, наоборот, производит успокаивающий эффект. Синяя полоса



элементов дизайна. Однако для выделения компании среди множества конкурентов часто бывает недостаточно традиционного построения имиджа, текста и логотипа.

Постоянно используемые запоминающиеся элементы дизайна подчеркивают индивидуальность компании. Вместе взятые, эти детали обеспечивают достаточно высокий уровень узнаваемости.

каждой полосы буклета и красная по верхнему краю являются довольно эффективными символами. Край синей полосы резко закругляется вниз, к углу страницы; красной – вверх. Синяя полоса служит для нумерации страниц, одновременно с этим она может служить для указания названия рекламного материала (см. ниже). При формате А4 (210 x 297 мм) номер страницы ставится на расстоянии 30 мм от края полосы.

На правой полосе длина линий = 195 мм (синяя) и 145 мм (красная); на левом развороте длина полос = 210 мм при базовом формате страницы А4. Размеры синей полосы: высота - 10 мм, длина - 195 мм. В зависимости от формата полосы или рекламного объявления, данные размеры могут быть пропорционально увеличены или уменьшены. Красная полоса имеет ту же высоту, что и синяя, но меньшую длину: 145 мм.

Размеры синей и красной полос вычисляются по формулам:  
 высота синей полосы =  $(195:210) \times A$   
 высота синей полосы =  $(10:297) \times B$   
 длина красной полосы =  $(145:210) \times A$   
 высота синей полосы =  $(10:297) \times B$ ,  
 где А – ширина печатной полосы,  
 а В – высота печатной полосы.  
 Контрасты привлекают внимание читателя, а симметричные элементы

## ➤ Проспекты (листочки)

### Вся информация на одном листе

Наши двусторонние проспекты (листочки), которые печатаются на одном листе, содержат информацию о функциональных параметрах и технических характеристиках продуктов «РТСофт».

Конфигурация обратной стороны листовки может различаться в зависимости от типа и количества технических данных, которые должны быть там размещены.

#### Вся техническая информация как на ладони

В проспекте подробно представлены все возможности каждого продукта или приложения. Этот обзор дает поль-

зователю необходимую информационную базу для работы, охватывая все технические аспекты – от системных требований до ссылок на источники – и позволяет клиентам самостоятельно ориентироваться в нашем ассортименте, что способствует принятию положительного решения о приобретении продуктов «РТСофт».

Макет лицевой полосы строится на основе нашей фирменной модульной сетки. Изображение продукта обычно помещается слева сверху, а основной текстовый блок располагается в три столбца. Крайний левый столбец содержит краткое описание продукта, под которым, как правило, перечисляются его функциональные особенности. Логотип «РТСофт» ставится в правом нижнем углу, логотипы бизнес-блоков, например, логотип ВКТ, располагаются в правом верхнем углу.

### ➤ Корпоративный дизайн

#### Высокий уровень узнаваемости способствует формированию положительного имиджа



«РТСофт» имеет свой корпоративный дизайн. Компания должна повсеместно придерживаться нижеизложенных стандартов и сохранять целостность корпоративного стиля.

Компания «РТСофт» является одним из лидеров рынка компьютерной автоматизации. Наряду с объективными успехами фирмы, которая с 1992 года интенсивно развивает основные направления своей деятельности, этому способствовало использование характерного корпоративного дизайна для представления нашей компании. Важно формировать и поддерживать легко узнаваемый и четко идентифицируемый образ «РТСофт». Программа корпоративного стиля может быть универсальным средством для активного и постоянного воздействия на формирование позитивного имиджа компании среди ключевых аудиторий, где бы они не находились.

Наше деловое окружение и весь мировой рынок находятся в постоянном развитии. Сегодня мы адаптируемся к новым тенденциям в дизайне быстрее, чем когда-либо ранее. Поэтому фирменный стиль компании «РТСофт» не является статичным, наоборот, так же как и наше самосознание, он движется вперед, обеспечивая гибкость реакции на окружающие изменения.

Руководство по фирменному стилю и визуальному дизайну модифицировалось с учетом этого важного фактора, чтобы оптимально отражать постоянно обновляющуюся структуру нашей компании. Однако хотя многие правила дизайнера не являются жесткими и предоставляют достаточную гибкость, их следует четко соблюдать для поддержания целостного имиджа компании. Поэтому, если вы чувствуете необходимость отступления от них, согласуйте ваши предложения в отделе маркетинга и рекламы (e-mail: pr@rtsoft.ru, тел.: 742-68-28) о целесообразности такого решения.

Каждое деловое письмо, рекламное объявление или буклет демонстрирует наше представление о себе, как о компании «РТСофт», и поэтому все они должны быть безукоризненными по форме. Необходимо придерживаться единообразия в оформлении информационных материалов, распространенных как внутри компании, так и вне ее. Это не самоцель, а форма выражения нашего представления о себе – и мы хотим, чтобы нас воспринимали именно так, а не иначе.

Наша конечная цель – добиться того, чтобы любая информация, поступающая от «РТСофт», идентифицировалась с первого взгляда. Данное руководство демонстрирует элементы, используемые для достижения этой цели, и показывает, как их следует применять. Надеемся, что это поможет вам в вашей работе.

Как бы ни парадоксально это звучало, но только изменение постоянно. Все мы,



## ➤ Павильон торговой выставки

### Достаточное пространство для информативной презентации

Новейшая концепция фирменного стиля «РТСофт» обязательна для использования по всему миру и представляет собой существенный фактор узнаваемости бренда на торговых выставках. Если у вас возникли вопросы относительно презентации на выставке или по другому поводу, обращайтесь в наш в отдел маркетинга и рекламы (e-mail: [pr@rtsoft.ru](mailto:pr@rtsoft.ru), тел.: (095) 742-68-28).

Будь то международная техническая выставка или торговая ярмарка, наши презентации и все демонстрационные мероприятия основываются на элементах фирменного стиля нашей компании. Все рекламные материалы, выпускаемые в соответствии с направлением определенной торговой выставки, также разрабатываются в соответствии с правилами фирменного стиля компании «РТСофт».

При оформлении павильона на выставке логотип компании располагается отдельно и помещается над торговым павильоном по центру.

При оформлении постеров, освещающих программу выставки, логотип и адресный блок компании обычно располагаются справа внизу. На стенах павильона наш логотип может располагаться между информационными текстами и/или иллюстрациями в соответствии с имеющимся свободным местом.

Как правило, все текстовые надписи должны выполняться черными буквами.

Для графических элементов (например, полосы сверху) используется фирменный красный цвет. Доминирующими цветами являются синий и черный, а красный обеспечивает контрастное выделение.

Для оформления стен павильона можно использовать элементы фирменного стиля, например, красные полосы сверху и синие внизу.

## ➤ Название постера

В проспекте подробно представлены все возможности каждого продукта или приложения. Этот обзор дает пользователю необходимую информационную базу для работы, охватывая все технические аспекты – от системных требований до ссылок на источники – и позволяет клиентам самостоятельно ориентироваться в нашем ассортименте, что способствует принятию положительного решения о приобретении продуктов РТСофт.

В проспекте подробно представлены все возможности каждого продукта или приложения. Этот обзор дает пользователю необходимую информационную базу для работы, охватывая все технические аспекты – от системных требований до ссылок на источники – и позволяет клиентам самостоятельно ориентироваться в нашем ассортименте, что способствует принятию положительного решения о приобретении продуктов РТСофт.

В проспекте подробно представлены все возможности каждого продукта или приложения. Этот обзор дает пользователю необходимую информационную базу для работы, охватывая все технические аспекты – от системных требований до ссылок на источники – и позволяет клиентам самостоятельно ориентироваться в нашем ассортименте, что способствует принятию положительного решения о приобретении продуктов РТСофт.

**RTSoft**  
ОПЕРАТИВНО-СИСТЕМЫ АКТИВНОСТИ И ТЕХНОЛОГИИ  
ЗАО «РТСофт»  
Россия, 105037, Москва ул. Навитинская, д.3  
тел.: (095) 742-68-28, (095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: [rtsoft@rtsoft.ru](mailto:rtsoft@rtsoft.ru) <http://www.rtsoft.ru>

## ➤ **Стиль документов**

### **Правила, которые необходимо соблюдать**

В дополнение к цветовому решению и формату дизайна, фирменный стиль регламентирует и графическое написание.

Эти правила рассматриваются как обязательные для применения.

В тексте документов название компании «РТСофт» представляет собой комбинацию заглавных и строчных букв.

Название продукта не пишется заглавными буквами. В случае использования аббревиатур для названий определенных продуктов (например, IFK IV), стиль их написания соответствует оригинальному (заглавные буквы или совместно заглавные и строчные буквы).

Никаких знаков пунктуации после заголовков не ставится.

Заголовки пишутся как предложения (только первое слово начинается с заглавной буквы).



## ➤ Оформление CD

Информационный вкладыш CD должен содержать логотип компании, адрес интернет-сайта, синюю и красную полосы. По мере необходимости на нем помещается информация, раскрывающая содержание диска. Поверхность CD оформляется аналогичным образом, за исключением добавления адресного блока компании.



## ➤ Название CD

**RTSoft**  
СРЕДСТВА И СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ  
www.rtsoft.ru

## ➤ Электронная презентация средствами

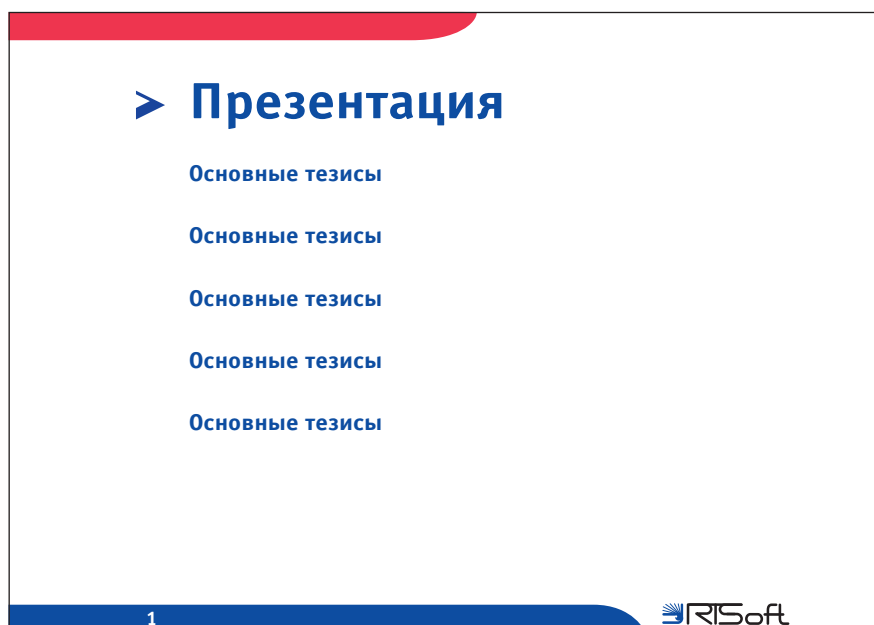
### PowerPoint

Технические параметры электронной презентации компании «РТСофт» соответствуют стандартным установкам программы PowerPoint, заданным по умолчанию.

Основными элементами дизайна электронной презентации являются:

- фон титульного листа – белый,
- фон рабочей страницы – белый,
- шрифт заголовка – Officina Sans (синий) 14 pt,
- заголовки выделяются синими «флажками»,
- шрифт текста – Officina Sans (черный) 9 pt,
- компоновка текста – в три столбца,
- красная полоса сверху слева,
- синяя полоса внизу страницы,
- логотип (без стилизованной надписи «средства и системы автоматизации») располагается в правом нижнем углу страницы,

- логотипы бизнес-блоков располагаются в правом верхнем углу,
- номер страницы находится в левом нижнем углу, на синей полосе.



## ➤ Логотип

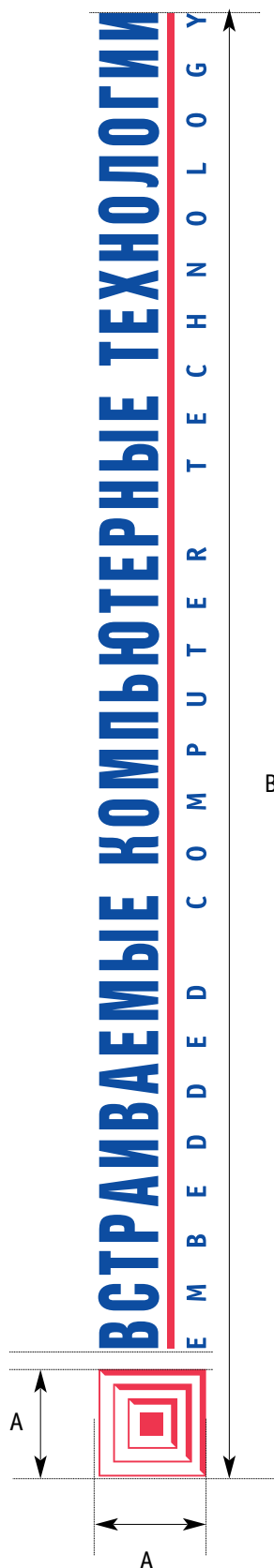
### Встраиваемые компьютерные технологии

Являясь важным элементом организационной структуры, бизнес-блок «Встраиваемые компьютерные технологии» имеет свой логотип, призванный подчеркнуть рыночную значимость, узнаваемость и высокий престиж продуктов и услуг, предоставляемых компанией «РТСофт» в данной области.

A – высота логотипа

B – ширина логотипа

$B = 14,5 A$



## ➤ Логотип

### Встраиваемые компьютерные технологии

Деятельность «РТСофт» складывается из развития нескольких бизнес-блоков, органично связанных между собой. Это находит отражение в организационной структуре компании, призванной обеспечить решение поставленных перед ней задач. «Встраиваемые компьютерные технологии» – один из бизнес-блоков компании.

#### Рекомендуемые варианты использования логотипа

Логотип «Встраиваемые компьютерные технологии» присутствует на документах и рекламных материалах соответствующего бизнес-блока компании «РТСофт». В зависимости от дизайна макета допустимы различные варианты цветового решения логотипа. Логотип содержит текст, в котором зафиксировано название одного из бизнес-блоков компании «РТСофт» на русском – «Встраиваемые компьютерные технологии» (используемый шрифт – Bastion Kontrast) и английском языках – «Embedded computer technology» (используемый шрифт – OfficinaSans), а также пиктограмму в форме концентрической комбинации квадратных геометрических форм, совмещенных друг с другом по принципу матрешки; таким образом, пиктограмма становится символическим изображением встраиваемых технологий.

Согласно данным современной психологии, геометрия квадратных фигур ассоциируется в сознании человека с такими понятиями, как «устойчивость», «надежность», «приверженность принципам», а концентрическая компоновка элементов фирменного знака создает эффект перспективы, символизирующий такие важные понятия, как «развитие», «планирование», «целеустремленность». При формате страницы А4 (210 x 297 мм) ширина логотипа «Встраиваемые компьютерные технологии» составляет 72 мм.

Для изображения знака и линии мы используем Pantone Red 032C.

- При изготовлении цветоделенных печатных форм для полноцветной печати (СМΥК): С=0, М=92, Y=65, К=0;
- Pantone Red 032C;
- Экранный макет (RGB): R=201, G=46, B=59;
- Шестнадцатеричный цветовой код (цвета HTML): C92E3B.

Для текстовых элементов логотипа допустимы следующие параметры цвета:

- При изготовлении цветоделенных печатных форм для полноцветной печати (СМΥК): С=100, М=80, Y=0, К=0;
- Pantone 286C;
- Экранный макет (RGB): R=44, G=46, B=130;
- Шестнадцатеричный цветовой код (цвета HTML): Синий 2C2E82.



Черно-белый вариант



Инверсия черно-белого варианта



Цветной вариант

## ➤ **Советы и примечания**

### **Наши сотрудники всегда готовы помочь вам**

Приложение: CD-ROM, содержащий образцы дизайна, логотипы, шаблоны, а также данное руководство в электронном виде.

Наиболее важными чертами нашего фирменного стиля являются гармония и взаимодействие всех включенных в него элементов. Благодаря этому «РТСофт» воспринимается клиентами как инновационная компания, гибко реагирующая на потребности пользователей.

Если у вас есть вопросы, идеи или предложения, свяжитесь с нами, и мы с удовольствием их обсудим.

Контактная информация:

#### **ЗАО «РТСофт»**

Россия, 105037, Москва  
ул. Никитинская, д. 3  
тел.: (095) 742-68-28  
(095) 967-15-05  
факс: (095) 742-68-29  
e-mail: [pr@rtsoft.ru](mailto:pr@rtsoft.ru)  
<http://www.rtsoft.ru>  
адрес для переписки:  
105077, Москва, а/я 158